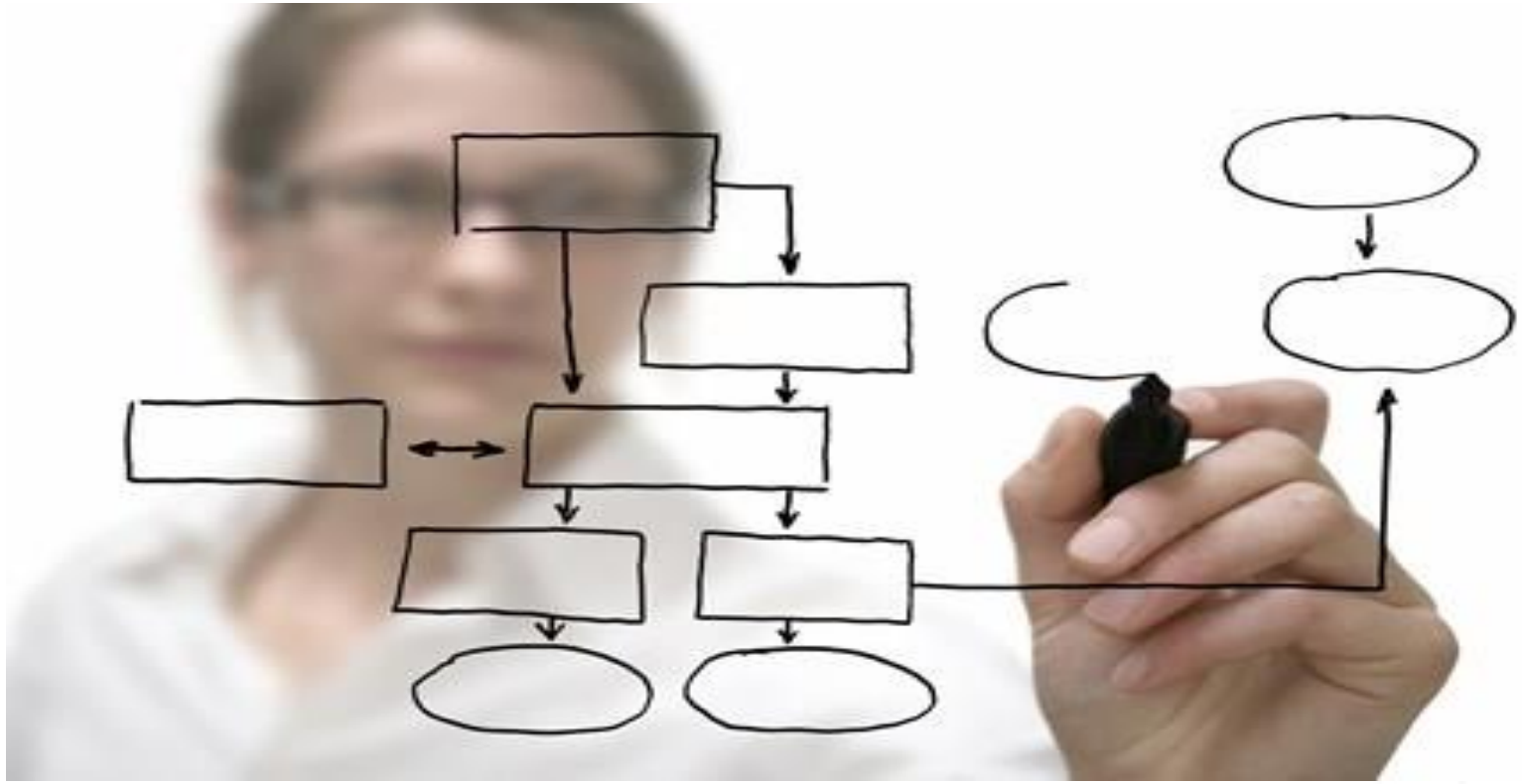
GESTÃO DE NEGÓCIOS

4.º Edição da Formação
OCAM/2017

PROGRAMA

1. Introdução
2. Empreendedor VS Gestor
3. Plano de Negócios
4. Estratégias e Técnicas de Negociação

INTRODUÇÃO



INTRODUÇÂO

- A razão de ser de uma empresa é a criação de valor económico.

- Se não produzir algo por que alguém esteja disposto a pagar, a empresa não tem utilidade, não satisfaz necessidades e, consequentemente, não terá lugar no mercado.

Empreendedor

EMPREENDEDOR

- Um empreendedor é um indivíduo que combina factores de produção de forma inovadora (normalmente no quadro de uma nova empresa) para gerar valor económico".
- A função económica do empreendedor consiste em combinar factores de produção, gerar eficiência de mercado, correr riscos, maximizar retornos dos investidores, processar informação de mercado.

GESTOR

- **É responsável pelas decisões na empresa para o cumprimento do Planeamento, Organização, Implementação e Controlo.**

- **Toma decisões** com o objectivo de optimizar a eficácia e a eficiência da mesma.

- **Gerir uma empresa implica implementar um conjunto de processos, ou seja, um conjunto de tarefas e de rotinas que são aplicadas de forma sequencial para que determinado objectivo seja alcançado.**

- Um bom gestor é alguém capaz de garantir a implementação dos seus processos.

EMPREEDENDOR VS GESTOR

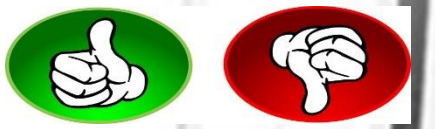
- Empreendedor é responsável pela realização de novas combinações de recursos, incluindo fazer coisas novas ou coisas que já feitas em novas maneiras.

- **Empreendedores** internos ou intra – empreendedores (**funcionários)** dentro da sua área numa empresa, fazem a diferença com inovações nos processos de produção e criação de novos produtos.

- Gestor ou líder toma decisões com base na estrutura adoptada para o funcionamento competitivo da empresa.

CONSELHOS “ANTI-ÚLCERAS”:

- Aprender a gerir os “**Velhos do Restelo**”
- Ser comedidos nos “**Entusiastas**”
- Aprender a gerir a “**Desilusão**”
- Resistir persistentemente ao “**Não**”
- Tentar contornar os “**Sim, mas…**”
- Aprender a gerir o “**Falhanço**” como uma oportunidade de crescer



BUSINESS-PLAN
IF WORK
ELSE
$

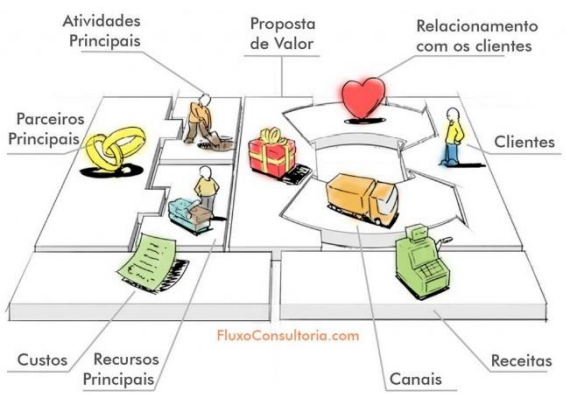
PLANO DE NEGÓCIOS

- O **Plano de Negócios** é um instrumento de comunicação da ideia de negócio para a sua venda ou obter financiamento. É uma ferramenta para o empresário, porque avalia a viabilidade das suas ideias e faz um seguimento da aplicação das mesmas na prática.

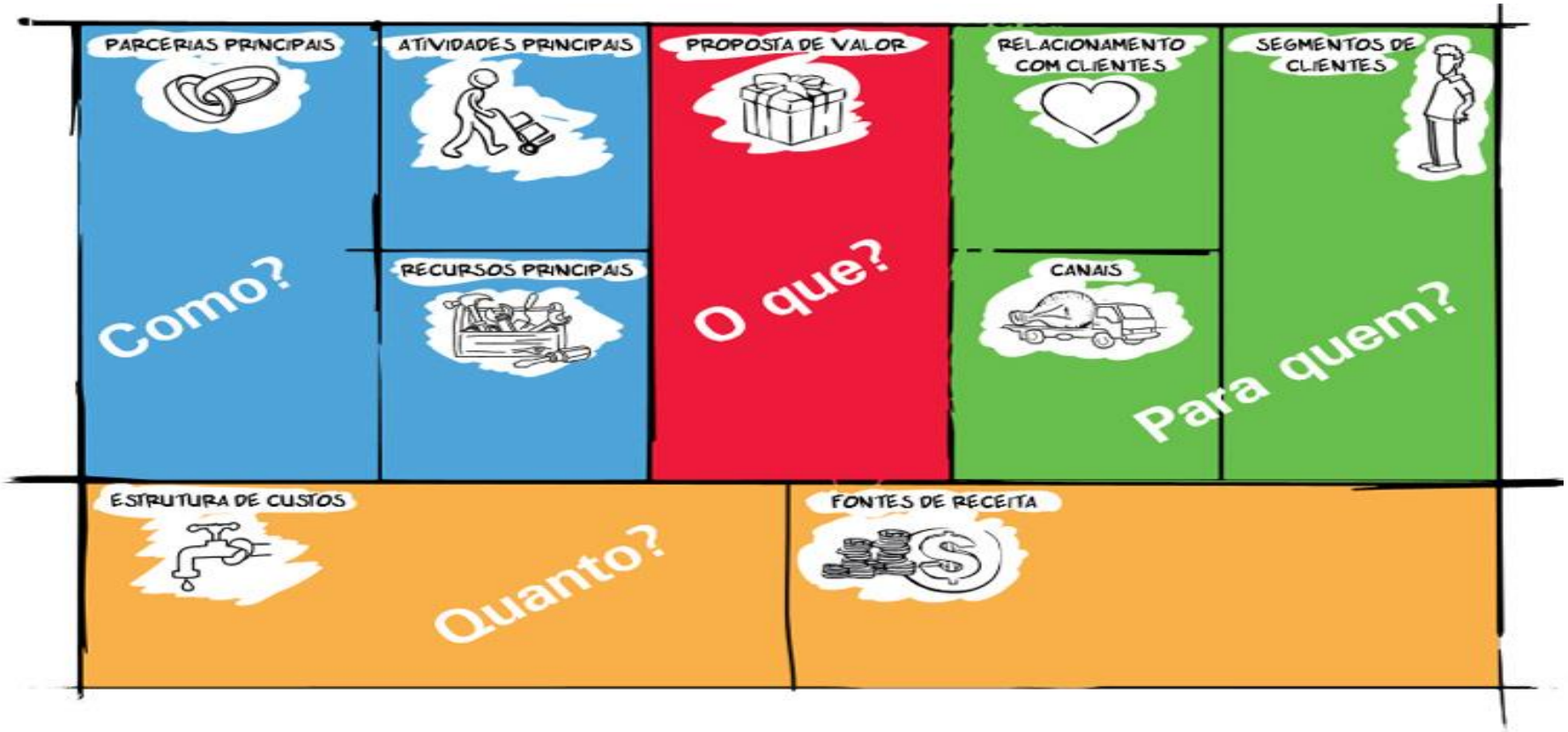
- A elaboração de planos constitui um dos aspectos mais importantes da gestão empresarial. O facto de servir de guia é uma espécie de segurança face aos inconvenientes que possam surgir durante o trabalho quotidiano, uma vez que oferece possíveis soluções e alternativas.

BUSINESS MODEL CANVAS / QUADRO DE MODELO DE NEGÓCIOS

- É um instrumento que ajuda a iniciar bem um negocio.
- Tem por objectivo descrever todos os elementos e fases que compõem um negocio, proporcionando a integração da organização.
- As componentes centrais de um negocio são: segmento de clientes, proposta de valor, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, actividades chave, principais parcerias e custos.



QUADRO DE MODELO DE NEGÓCIOS



QUADRO DE MODELO DE NEGÓCIOS

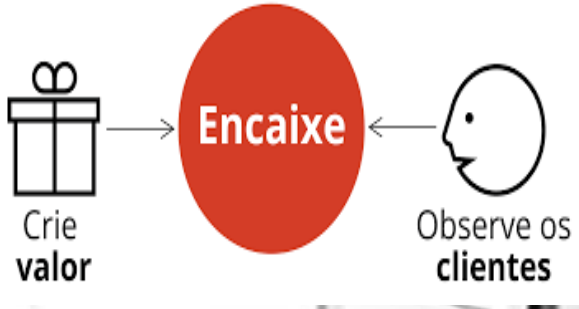
O principal benefício do modelo é a sua simplicidade e rápida implementação. Com uma caneta, alguns *post-its* e uma boa mesa, o empreendedor trabalha com uma metodologia criativa para melhoria dos negócios. Ele deve responder às seguintes perguntas:

1. O que vou fazer?
(É a proposta de valor)

2. Para quem vou fazer?
(Definir o público consumidor e as melhores maneiras de se relacionar com ele).

3. Como vou fazer
(Recursos a utilizar, actividades a realizar, parceiros)

4. Quanto vou gastar?
(Prever as receitas e a estrutura de custos para viabilizar o negócio).



ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIOS

NÃO EXISTE UMA ESTRUTURA UNIVERSAL MENTE DEFINIDA

SUMARIO EXECUTIVO

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Descrição do Projecto
2. Competência dos responsáveis
3. Os Produtos e a tecnologia
4. O mercado potencial
5. Elemento de diferenciação
6. Previsão de Vendas
7. Rendibilidade e Projecções Financeiras
8. Necessidade de financiamento

Recomenda – se que faça no fim plano para agregar toda informação

EMPRESA

TOPICOS:

1. A missão

2. Os Objectivos da Empresa

3. Estrutura Organizacional e legal

4. Síntese do Pessoal Directivo - Currículos

5. Plano de Operações

6. Parcerias

Concebido pela OCAM

Estrutura do Plano de Marketing

1ª ETAPA: PLANEJAMENTO

1. Sumário Executivo
2. Análise de Ambiente
3. Definição do Público-alvo
4. Definição do Posicionamento de Mercado
5. Definição da Marca
6. Definição dos Objetivos e Metas
7. Definição das Estratégias de Marketing

2ª ETAPA: IMPLEMENTAÇÃO

3ª ETAPA: AVALIAÇÃO E CONTROLE

Dayane Salvador

Concebido pela OCAM

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTAÇÃO

Plano Financeiro

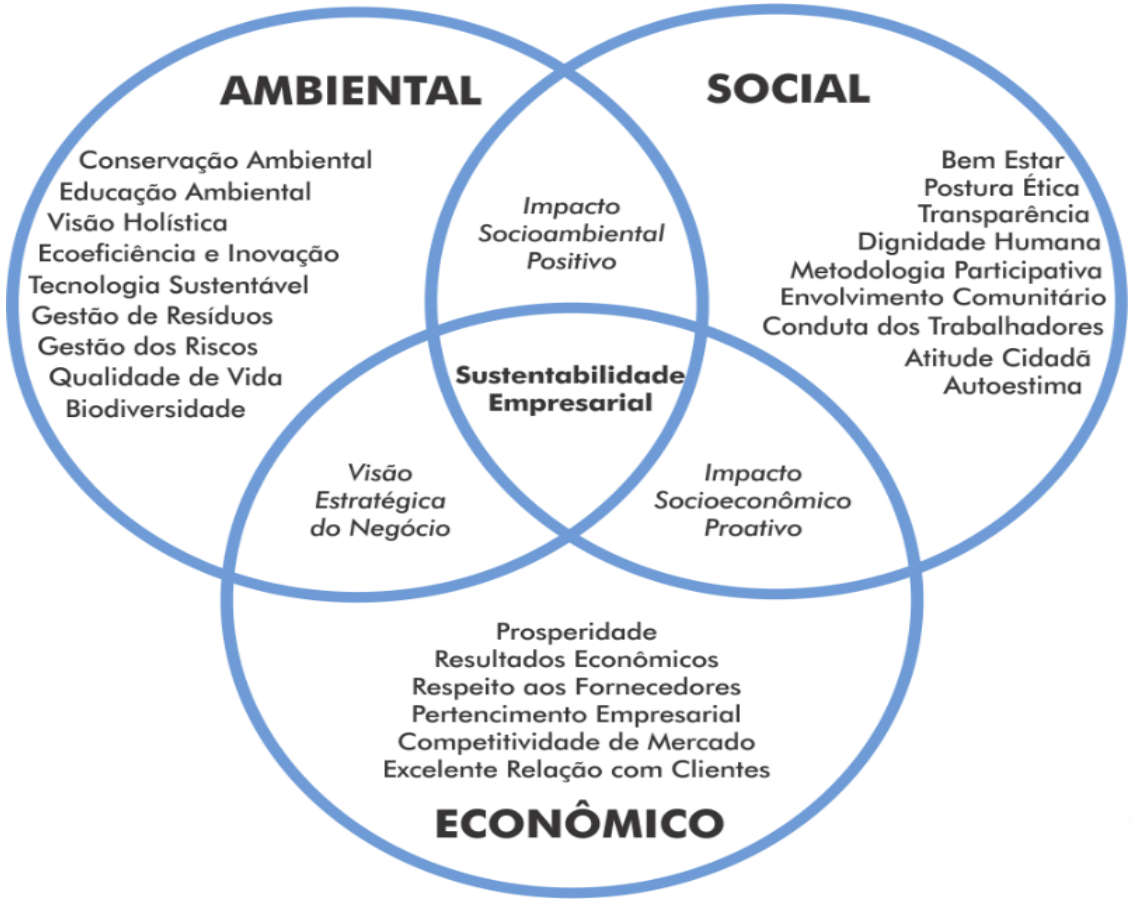
O planejamento financeiro como uma ferramenta fundamental para qualquer empreendimento, comparando-o com um mapa que fornece direção, controle e coordenação para as empresas atingirem seus objetivos.

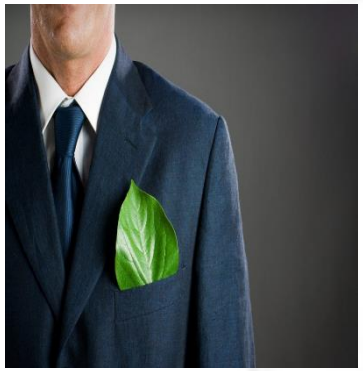
- ✓ Investimento Inicial;
- ✓ Estimativa de investimentos;
- ✓ Estimativa de Investimentos Financeiros;
- ✓ Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais;
- ✓ Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa;
- ✓ Estimativa dos Custos com Materiais e/ou Insumos;
- ✓ Estimativa do Custo de Comercialização;
- ✓ Estimativa dos Custos com Mão de Obra;
- ✓ Estimativa de Custo de Depreciação;
- ✓ Estimativa dos Custos Fixos Mensais.

Figura 19: Capital de Giro. Fonte: Fabrian (2007)

Concebido pela OCAM

SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL





Ordem dos Contabilistas e Auditores de Moçambique
OCAM

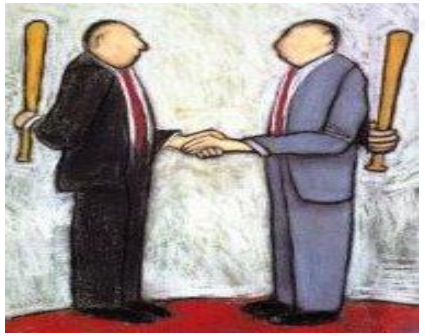
PAFA
PAN AFRICAN FEDERATION OF ACCOUNTING

Concebido pela OCAM

NEGOCIAÇÃO

- É o processo que visa promover uma decisão comum entre duas ou mais partes autónomas, de forma a contemplar interesses.
- **Negociador** – identifica oportunidades, busca alternativas viáveis, aprecia barreiras culturais, fácil de lidar, adaptado, flexível, imaginativo (utiliza todos os factos e argumentos disponíveis e da apoio).

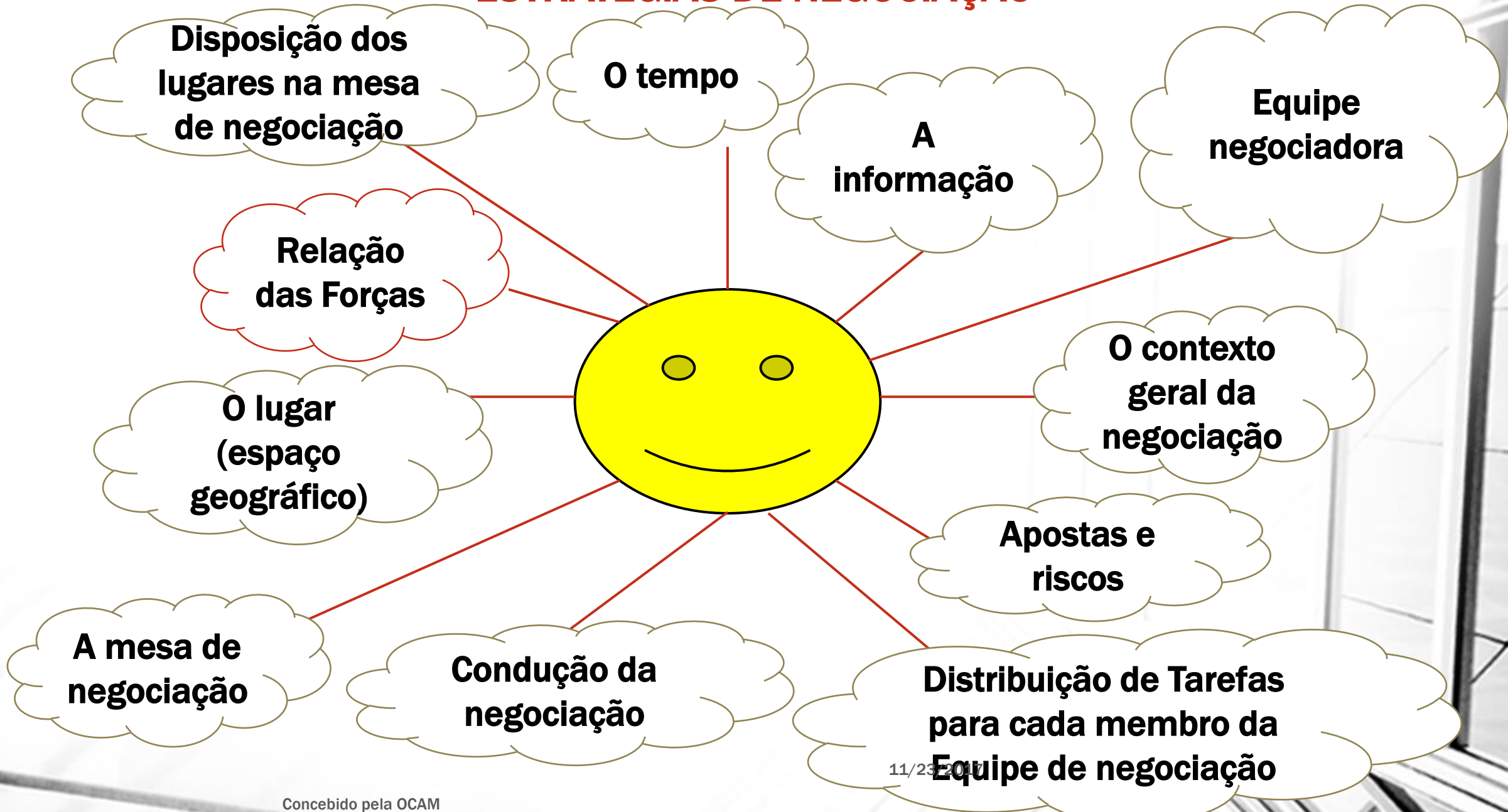
TÉCNICAS DE NEGOCIACÃO



Técnicas de Negociação

- Integrativas
- Distributivas
- Indulgência
- Surpresa
- *Fait accompli*
- Retirada discreta
- Retirada aparente
- Inversão
- Limites
- Dissimulação
- Conhecimento do negócio.

ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO



Concebido pela OCAM

OBRIGADO PELA ATENÇÃO